

中国 -- 変貌を遂げるスポーツ産業 -- プロ化と商業化のなかで (特集 途上国・新興国のスポーツ)

著者	寶劔 久俊
権利	Copyrights 日本貿易振興機構 (ジェトロ) アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	237
ページ	4-5
発行年	2015-06
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://hdl.handle.net/2344/00003178

中国

変貌を遂げるスポーツ産業

―プロ化と商業化のなかで―

寶劍 久俊

「中国人とスポーツ」と聞くと、あなたはどのような中国人の姿をイメージするでしょうか。中国のテレビや映画に馴染んだ人でしたら、公園や広場で太極拳やカンフーに勤しむ中高年の姿が目につくかもしれません。あるいはオリンピックの場で、表情を変えずに正確無比の演技を見せる体操選手、また国民的なスポーツの卓球では、国際大会で圧倒的な実力を示してきたことは多くの方もご存じでしょう。

中国では社会主義のプロパガンダと国威発揚のため、スポーツ選手に対する徹底した英才教育が行われてきました。そのため、一般大衆にとって競技選手は憧れや崇拜の対象であっても、人々の日常生活から懸け離れた存在でした。

●空前のバスケット・ブームの出現

しかし、エリートスポーツと庶

民スポーツが完全に分断された構造は、一九九〇年代から大きく変化しています。すなわち、スポーツ産業の商業化とスポーツ選手のプロ化によってスポーツの大衆化が急速に進展してきたのです。その大きな契機となったのは、一九九四年のサッカー・スーパーリーグ（CSL、「中国足球超級聯賽」と呼ばれるプロサッカー・リーグと、九五年のCBA（中国籃球職業聯賽）と呼ばれるプロバスケットボール・リーグの設立が挙げられます。

個人的な印象では、プロ化の当初はサッカーの方が人気は高く、テレビ中継もサッカー中心でした。しかし、プロサッカーの度重なる八百長や汚職問題、そしてサッカー選手によるスキャンダルで、人々の国内リーグ離れが進み、代表チームの国際舞台での成績低迷と相まって、サッカー人気に陰り

が広がってきました。

その一方で、一九九〇年代後半から人気が躍進したのは、バスケットボールでした。マイケル・ジョーダンなどスター選手が活躍するアメリカのNBA人気も中国でも高まるとともに、井上雄彦原作の漫画『スラムダンク』（中国語で「灌籃高手」）のアニメが、九六年に中国でテレビ放映されると、瞬く間に大人気となり、若年層に空前のバスケット・ブームを引き起こしたのです。

そしてCBAからも世界最高峰のNBAに移籍する中国人プレイヤーが輩出されたことで、ブームに拍車がかけられます。なかでもNBAのヒューストン・ロケッツで大活躍した「万里の長城」の異名を持つ姚明は、その圧倒的な実力と聡明な人柄で、中国のバスケット・ブームとNBA人気の大きな牽引役となりました。

●人民大学運動場の変貌

筆者はこのブームを身を以て経験したことがあります。一九九五年の夏、人民大学で語学研修を受けていた時、中国大学生と仲良くなり、サッカーの試合もしていました。当時の記憶では、大学の運動場には数面のサッカー場が設置される一方、バスケットコートはその脇に幾つか目につく程度でした。

その一〇年後の二〇〇五年、北京で在外研究中の筆者はある日、知人を尋ねて人民大学を訪問しました。そしてかつての運動場に足を運んだ時、目にした光景にまさに度肝を抜かれたのです。サッカー場は、少なくとも二〇面はあろうかという見渡す限りのバスケットコートに変貌していたのです。

そして放課後や休日ともなれば、NBAスター選手のレプリカ・ユニフォームを身につけ、エアジョーダンを履いた学生が大挙してコートに押しかけ、スリーオンスリーに汗を流しているではないですか。この光景を目の当たりにして、空前のバスケット・ブームとスポーツ業界の変化を実感したのです。

●テニス・ブームと李娜の登場

バスケット同様、アニメの影響と



健康飲料のイメージキャラクターの李娜選手。中国では有名スポーツ選手と商品のタイアップは広く浸透している（寧夏回族自治区銀川市にて、2015年2月、筆者撮影）

スター選手の出現によって、テニス人気が大きく高まっています。

許斐剛原作の日本の人気漫画『テニスの王子様』（『網球王子』）のアニメは、二〇〇〇年代前半に中国で放映され、〇八年には中国でテレビドラマ化されるなど、若年層を中心としたテニス・ブームの契機となりました。このブーム勃興と期を同じくして、プロテニス選手の李娜が登場したのです。

彼女は二〇〇八年の北京五輪のシングルスで第四位を獲得したのを皮切りに、一年の全仏オープンで優勝、一四年の全豪オープンでも優勝を飾るなど、華々しい戦績を挙げました。李娜の活躍に触発され、若者や中高年がテニスに打ち込む姿が広がっています。さらに子どもを「第二の李娜」に育てるべく、プロコーチにプライベートルェッソンを依頼し、

幼少期から英才教育を施す姿も多くのテニス場で見られます。

ところで、筆者は前述の北京赴任中、北京大学のテニスクラブに所属していました。クラブでは、多くの学生がプリンスやウィルソンなど真新しい

ラケットを携えていました。ただ、その実力はラケットのブランドに名前負けしている人がほとんどで、ファッションの域を出ていないと感じていました。

しかしその印象は一〇年経って、全く変わることとなります。二〇一四年から在外研究中の杭州市で、筆者は折に触れてテニスをしているのですが、中国人の練習法やプレーを詳しく観察すると、専門的なトレーニングを受けた人が非常に多く、一〇年前と比べて中国人のテニスのレベルは明らかに向上しています。個人的な印象ですが、テニスがより身近なレジャーに変わってきたようです。

●フィットネスクラブの普及

スポーツの日常生活への浸透は、フィットネスクラブ（「健身俱樂部」）の発展にも明確に示されています。都市部では、所得水準の向上とともに食生活も豊かになる一方、高血圧や糖尿病といった生活習慣病も広がってきました。また、若年層の間ではスタイルやファッションへの関心が非常に高まり、女性を中心にダイエット志向も強まっています。

それを受け、中国では二〇〇〇

年代半ばからフィットネスクラブが急成長を遂げてきました。豪州の調査会社（IBISWorld）によると、中国のフィットネスクラブ店舗数は二〇〇四年の一四三四カ所から、一二年には五七四九カ所に増加し、売上高も五・八億ドルから三六・九億ドルへと顕著な増加をみせています（参考文献①）。

もともと中国のフィットネスクラブは、運動選手や警察官などが利用する低価格・低品質のジムか、贅沢な設備を施した高所得者向けの社交クラブ的なものに、二極化されていました。しかし、大中市の中間層をターゲットに、高品質の設備と快適な環境を組み合わせたクラブが、近年は急速に普及してきました。

実際、二〇一三年に河南省鄭州市で行われたフィットネスクラブ会員へのアンケート調査によると、年齢階層では二〇〜三九歳の人が会員全体の約六割、教育水準では大学学部卒以上の人が約七割、所得階層（月収）では四〇〇〇〜七〇〇〇元の人が約五割を占めています（参考文献②）。

また、フィットネスクラブではヨガやダンス（ヒップホップ、ベリーダンスなど）のコースも常設

され、楽しみながらシェイプアップができることから、若年や中高年の女性にも大人気です。筆者も自宅近くのクラブに通っているのですが、ファッションナブルなスポーツ・ウェアを身にまとった若い女性や、ベンチプレスに励む若者がクラブで汗を流すなど、その光景は日本と見紛うばかりです。

中国での生活というと、大気汚染や食品安全問題など、日本では何かと負のイメージが付きまといがちです。しかし、そのような生活環境のなかで、日本の文化にも触発されつつ、逞しく瀟洒に生きる「普通の中国人」に目を向けることができれば、新たな中国人像が開けてくることでしょう。

（ほうけん ひさとし／アジア経済研究所 在杭州海外調査員）

《参考文献》

- ① Larson Christina, "How Do You Say 'Gym Rat' in Chinese?" *Bloomberg Business*, Dec. 12, 2013 (<http://www.bloomberg.com/>).

② 陳長江「消費社会学的視角下対商業健身俱樂部消費者研究」『広州体育学院学報』第三五巻第一号、二〇一五年一月。